

Bruno Miragem

CURSO DE DIREITO DO CONSUMIDOR

-
- Fundamentos do direito do consumidor
 - Direito material e processual do consumidor
 - Proteção administrativa do consumidor
 - Direito penal do consumidor

Prefácio

CLAUDIA LIMA MARQUES

6.ª edição
revista, atualizada e ampliada

THOMSON REUTERS
**REVISTA DOS
TRIBUNAIS™**

Diretora Responsável

MARISA HARMS

Diretora de Operações de Conteúdo

JULIANA MAYUMI ONO

Editores: Andréia Regina Schneider Nunes, Cristiane Gonzalez Basile de Faria, Diego Garcia Mendonça, Iviê A. M. Loureiro Gomes e Luciana Felix

Assistente Administrativo Editorial: Juliana Camilo Menezes

Produção Editorial

Coordenação

DANIEL CESAR LEAL DIAS DE CARVALHO

Analistas de Operações Editoriais: Aline Almeida da Silva, Damares Regina Felício, Danielle Rondon Castro de Moraes, Flávia Campos Marcelino Martines, Gabriel Henrique Zeledon Salas, Gabriele Lais Sant'Anna dos Santos, Maria Eduarda Silva Rocha e Maurício Zednik Cassim

Qualidade Editorial e Revisão

Coordenação

LUCIANA VAZ CAMEIRA

Analistas de Qualidade Editorial: Carina Xavier Silva, Cinthia Santos Galarza, Daniela Medeiros Gonçalves Melo, Marcelo Ventura e Maria Angélica Leite

Analistas Editoriais: Daniele de Andrade Vintecinco e Mayara Crispim Freitas

Capa: Chrisley Figueiredo

Administrativo e Produção Gráfica

Coordenação

CAIO HENRIQUE ANDRADE

Analista Administrativo: Antonia Pereira

Assistente Administrativo: Francisca Lucélia Carvalho de Sena

Analista de Produção Gráfica: Rafael da Costa Brito

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Miragem, Bruno

Curso de direito do consumidor / Bruno Miragem. – 6. ed. rev., atual.
e ampl. – São Paulo : Editora Revista dos Tribunais, 2016.

Bibliografia.

ISBN 978-85-203-6854-1

1. Consumidor - Leis e legislação I. Título.

16-02240

CDU-34:381.6(81)(094.4)

Índices para catálogo sistemático: 1. Consumidor : Direito 34:381.6(81)(094.4)
2. Direito do consumidor 34:381.6(81)(094.4)

SUMÁRIO

PREFÁCIO – CLAUDIA LIMA MARQUES	11
NOTA DO AUTOR À 6ª EDIÇÃO	15
NOTA DO AUTOR À 5ª EDIÇÃO	17
NOTA DO AUTOR À 4ª EDIÇÃO	19
NOTA DO AUTOR À 3ª EDIÇÃO	21
NOTA DO AUTOR À 2ª EDIÇÃO	23
APRESENTAÇÃO À 1ª EDIÇÃO	27

PARTE I

FUNDAMENTOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR

1. ORIGENS HISTÓRICAS DO DIREITO DO CONSUMIDOR	45
1.1 O direito do consumidor e o direito privado clássico	47
1.2 O direito do consumidor e os novos direitos	52
1.3 O microssistema do direito do consumidor	53
2. FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO.....	55
2.1 A defesa do consumidor como direito fundamental	58
2.2 A defesa do consumidor como princípio da ordem constitucional econômica	65
2.3 A defesa do consumidor na Constituição da República de 1988 e o Código de Defesa do Consumidor	66
2.4 O CDC como lei de ordem pública e interesse social.....	68
2.5 Competências legislativas e executivas dos entes federados de defesa do consumidor	72
3. A SITUAÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR NO SISTEMA JURÍDICO BRASILEIRO.....	77
3.1 O direito do consumidor e as outras disciplinas jurídicas	77
3.1.1 O direito do consumidor e sua relação com o direito civil.....	77
3.1.2 O direito do consumidor e sua relação com o direito processual.....	81
3.1.3 O direito do consumidor e o direito penal	82
3.1.4 O direito do consumidor e o direito administrativo	84
3.1.5 O direito do consumidor e o direito empresarial	85

3.1.6	O direito do consumidor e o direito da concorrência	86
3.1.7	Autonomia do direito do consumidor	88
3.2	O direito do consumidor e a ordenação do mercado	89
3.2.1	Direito do consumidor e patentes de invenção	93
3.2.2	Direito do consumidor e proteção das marcas	95
3.2.3	Direito do consumidor e os direitos de autor	101
3.2.4	Direito do consumidor e livre concorrência	104
3.2.4.1	Bem-estar do consumidor no direito da concorrência	108
3.2.4.2	Modos de atuação	111
3.2.5	Direito do consumidor e defesa do meio ambiente	111
3.2.5.1	Desenvolvimento sustentável e qualidade de produtos e serviços	115
3.2.5.2	A denominada “responsabilidade pós-consumo”	116
3.3	O direito do consumidor e a disciplina jurídica da internet	118
3.3.1	Princípios da disciplina da internet no Brasil e os direitos do consumidor	120
3.3.2	Direitos básicos do consumidor no acesso à internet	120
3.3.3	Proteção do usuário de internet e intervenção na autonomia contratual das partes	121
3.3.4	Formação de bancos de dados com informações de usuários da internet	122
3.4	Anteprojetos de atualização do CDC	124
4.	PRINCÍPIOS GERAIS DO DIREITO DO CONSUMIDOR	127
4.1	Princípio da vulnerabilidade	127
4.1.1	A vulnerabilidade agravada do consumidor criança	131
4.1.2	A vulnerabilidade agravada do consumidor idoso	133
4.1.3	A vulnerabilidade agravada do consumidor analfabeto	137
4.1.4	A vulnerabilidade agravada do consumidor deficiente	139
4.2	Princípio da solidariedade	141
4.3	Princípio da boa-fé	144
4.4	Princípio do equilíbrio	148
4.5	Princípio da intervenção do Estado	150
4.6	Princípio da efetividade	151
4.7	Princípio da harmonia das relações de consumo	152
5.	A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO	155
5.1	Considerações iniciais	155
5.2	A definição jurídica de consumidor	156
5.2.1	O consumidor standard	156
5.2.2	O consumidor equiparado	159
5.2.2.1	O artigo 2.º, parágrafo único, do CDC: a coletividade	159
5.2.2.2	O artigo 17 do CDC: as vítimas de acidentes de consumo	160
5.2.2.3	O artigo 29 do CDC: os expostos às práticas comerciais	162

5.2.3	Correntes de interpretação da definição jurídica de consumidor	166
5.2.3.1	A interpretação finalista	167
5.2.3.2	A interpretação maximalista	169
5.2.3.3	O “finalismo aprofundado”	171
5.3	A definição jurídica de fornecedor	176
5.3.1	O fornecedor como profissional	177
5.3.2	O fornecedor como agente econômico no mercado de consumo	179
5.4	O objeto da relação jurídica de consumo	183
5.4.1	Definição jurídica de produto	184
5.4.2	Definição jurídica de serviço	188
5.4.3	O problema do serviço público como objeto da relação de consumo ..	193
5.4.4	O critério da remuneração econômica	203
5.4.4.1	Remuneração direta	204
5.4.4.2	Remuneração indireta	204

PARTE II

DIREITO MATERIAL DO CONSUMIDOR

1.	OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR	209
1.1	Direito à vida	211
1.2	Direito à saúde e à segurança	212
1.3	Direito à informação	214
1.4	Direito à proteção contra práticas e cláusulas abusivas	216
1.5	Direito ao equilíbrio contratual	218
1.6	Direito à manutenção do contrato	223
1.7	Direito à prevenção de danos	225
1.8	Direito à efetiva reparação de danos	227
1.9	Direito de acesso à justiça	230
1.10	Direito à facilitação da defesa dos seus direitos e inversão do ônus da prova ..	233
1.11	Direito à prestação adequada e eficaz de serviços públicos	240
2.	A PROTEÇÃO CONTRATUAL DO CONSUMIDOR	243
2.1	A nova teoria contratual e o direito do consumidor	245
2.1.1	A autonomia privada e o contrato de consumo	250
2.1.2	Nova visão da relação contratual: o processo obrigacional	251
2.1.3	A proteção da confiança nos contratos de consumo	253
2.2	A formação do contrato de consumo	255
2.2.1	A oferta de consumo e sua eficácia vinculante	257
2.2.1.1	Requisitos da oferta de consumo	261
2.2.1.2	Solidariedade do fornecedor e seus prepostos e representantes	262
2.2.2	O regime jurídico da publicidade	264
2.2.2.1	O fundamento constitucional da atividade publicitária	267

2.2.2.2	Os princípios da atividade publicitária	271
2.2.2.2.1	Princípio da identificação	271
2.2.2.2.2	Princípio da veracidade	274
2.2.2.2.3	Princípio da vinculação	276
2.2.2.3	A eficácia vinculativa da publicidade	276
2.2.2.4	A publicidade ilícita	278
2.2.2.4.1	Publicidade enganosa	278
2.2.2.4.2	Publicidade abusiva	283
2.2.2.5	A publicidade restrita	284
2.2.2.6	Publicidade comparativa	287
2.2.2.7	A publicidade infantil	289
2.2.2.8	Autorregulamentação publicitária	291
2.2.3	Eficácia do direito subjetivo à informação do consumidor	292
2.2.3.1	Amplitude do direito à informação do consumidor	296
2.2.3.2	Violação do dever de informar: efeitos para o consumidor ...	298
2.2.4	Efeitos do descumprimento da oferta pelo fornecedor	300
2.2.4.1	Cumprimento específico da obrigação	301
2.2.4.2	Oferecimento de produto ou serviço equivalente	301
2.2.4.3	Rescisão do contrato	302
2.2.4.4	Perdas e danos	303
2.3	Execução do contrato de consumo	304
2.3.1	Proteção do consumidor contra práticas abusivas	305
2.3.1.1	Caracterização das práticas abusivas	309
2.3.1.2	Sanções para a violação da proibição de práticas abusivas	310
2.3.1.3	CrITÉRIOS para interpretação e concreção das condutas definidas como práticas abusivas	311
2.3.1.3.1	Anormalidade ou excesso do exercício da liberdade negocial pelo fornecedor	312
2.3.1.3.2	Dimensão coletiva das práticas abusivas	312
2.3.1.3.3	Deslealdade e violação da boa-fé	314
2.3.1.4	As várias espécies de prática abusivas tipificadas na lei.	315
2.3.1.4.1	Condicionamento do fornecimento de produto ou serviço (venda casada)	315
2.3.1.4.2	Recusa de fornecimento	318
2.3.1.4.3	Envio de produto ou oferecimento de serviço não solicitado	319
2.3.1.4.4	Aproveitamento da vulnerabilidade agravada do consumidor	320
2.3.1.4.5	Exigência de vantagem manifestamente excessiva	321
2.3.1.4.6	Execução de serviços sem elaboração de orçamento prévio	323
2.3.1.4.7	Divulgação de informações depreciativas decor- rente do exercício do direito pelo consumidor	324

2.3.1.4.8	Oferecimento no mercado de produto ou serviço em desacordo com normas técnicas	325
2.3.1.4.9	Recusa de fornecimento mediante pronto pagamento	326
2.3.1.4.10	Elevação de preço sem justa causa (Aumento arbitrário)	328
2.3.1.4.11	Aplicação de fórmula ou índice de reajuste diverso do previsto na lei ou no contrato	332
2.3.2	Proteção do consumidor e cobrança de dívidas	333
2.3.2.1	Limites do exercício do direito de crédito pelo fornecedor...	336
2.3.2.2	Cobrança indevida de dívida.....	337
2.3.3	Bancos de dados e cadastros de consumidores	340
2.3.3.1	Noções introdutórias: distinção entre bancos de dados e cadastros de consumidores.....	341
2.3.3.2	A regulação dos bancos de dados e cadastros de consumidores pelo CDC	343
2.3.3.3	Espécies de bancos de dados.....	349
2.3.3.4	Cadastros de consumidores	350
2.3.3.5	Inclusão do consumidor no banco de dados: o direito à comunicação.....	351
2.3.3.6	Direitos do consumidor frente à sua inclusão no banco de dados.....	353
2.3.3.6.1	Direito de acesso à informação	353
2.3.3.6.2	Direito à correção da informação.....	354
2.3.3.6.3	Direito à retificação da informação	356
2.3.3.6.4	Direito à exclusão da informação	356
2.3.3.7	Prazos de manutenção e divulgação das informações em banco de dados	358
2.3.3.8	Bancos de dados de informações positivas (cadastro positivo)	359
2.3.3.8.1	Requisitos para inclusão das informações positivas	360
2.3.3.8.2	Conteúdo das informações positivas arquivadas .	362
2.3.3.8.3	Direitos do consumidor em relação às informações arquivadas	363
2.3.3.8.4	Deveres dos fornecedores de crédito (fontes).....	365
2.3.3.8.5	Deveres do gestor do banco de dados.....	367
2.3.3.8.6	Origem dos dados e compartilhamento das informações.....	367
2.3.3.8.7	Responsabilidade da fonte, do gestor do banco de dados e do consulente	368
2.3.3.8.8	Temporalidade das informações	368
2.3.3.9.	Sistemas de pontuação de crédito (<i>scoring</i>)	369

2.3.4	O regime das cláusulas abusivas nos contratos de consumo	373
2.3.4.1	Natureza jurídica das cláusulas abusivas no CDC	376
2.3.4.2	Eficácia da proteção do consumidor contra cláusulas abusivas	381
2.3.4.2.1	Nulidade de pleno direito	381
2.3.4.2.2	Redução do negócio jurídico	387
2.3.4.3	Controle das cláusulas abusivas e legitimação processual	388
2.3.4.4	Tipologia das cláusulas abusivas no CDC	390
2.3.4.5	Principais espécies de cláusulas abusivas.....	393
2.3.4.5.1	Cláusulas de limitação ou exoneração de responsabilidade civil	393
2.3.4.5.2	Cláusulas de renúncia ou disposição de direitos .	395
2.3.4.5.3	Cláusulas de decaimento, controle da cláusula penal e outros efeitos do inadimplemento.....	396
2.3.4.5.4	Cláusulas que violem o equilíbrio contratual: o controle dos juros contratados	398
2.3.4.5.5	Cláusulas que violem o equilíbrio contratual: controle <i>in concreto</i> pelo juiz	402
2.3.4.5.6	Cláusulas de inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor	405
2.3.4.5.7	Cláusulas que imponham arbitragem compulsória	406
2.3.4.5.8	Cláusulas-mandato	407
2.3.4.5.9	Cláusulas potestativas	409
2.3.4.5.10	Cláusulas-surpresa	411
2.3.5	Interpretação dos contratos de consumo	412
2.4	Extinção do contrato de consumo e seus efeitos	415
2.4.1	Direito de arrependimento do consumidor	416
2.4.2	Adimplemento contratual.....	418
2.4.3	Inadimplemento contratual e direito à resolução	419
2.4.3.1	Obstáculo ao direito de resolução: direito à manutenção do contrato.....	421
2.4.3.2	Obstáculo ao direito de resolução: direito à revisão do contrato	424
2.4.4	Extinção do contrato e eficácia pós-contratual	424
2.5	As várias espécies de contratos de consumo	425
2.5.1	Compra e venda de consumo.....	425
2.5.2	Contratos imobiliários.....	426
2.5.2.1	Cláusulas abusivas nos contratos imobiliários.....	428
2.5.2.2	O dever de informar nos contratos imobiliários	431
2.5.3	Contratos bancários e financeiros.....	431
2.5.3.1	Distinção entre serviços e operações bancárias: irrelevância para aplicação do CDC aos contratos bancários	435

2.5.3.2	Expansão do crédito e proteção do consumidor	436
2.5.3.3	Concessão de crédito e superendividamento de consumidores	440
2.5.3.4	Principais contratos bancários e financeiros de consumo	444
2.5.3.4.1	Mútuo bancário	444
2.5.3.4.1.1	Disciplina legal dos juros contratados	444
2.5.3.4.1.2	Comissão de permanência	447
2.5.3.4.1.3	Pagamento antecipado e multa por inadimplemento	450
2.5.3.4.2	Contrato de abertura de crédito	451
2.5.3.4.3	Contratos de conta-corrente e depósito	456
2.5.3.4.4	Contratos de cartão de crédito	459
2.5.4	Contratos de planos de assistência e seguro de saúde	463
2.5.4.1	Plano de assistência à saúde e regulação da ANS	466
2.5.4.2	O interesse útil do consumidor e a natureza dos contratos de planos de assistência à saúde	466
2.5.4.3	Controle das cláusulas e práticas abusivas nos planos de assistência à saúde	473
2.5.4.4	Planos de saúde coletivos e relação de trabalho	479
2.5.5	Contratos de seguro	480
2.5.5.1	Características do contrato de seguro como contrato de consumo	481
2.5.5.2	Deveres do segurador-fornecedor na contratação do seguro	487
2.5.5.3	Formação do contrato de seguro	489
2.5.5.4	Cláusulas limitativas da obrigação de indenizar do segurador	491
2.5.6	Contratos de consórcio	499
2.5.6.1	Características do contrato de consórcio	500
2.5.6.2	Equilíbrio econômico do contrato de consórcio e o direito do consumidor	501
2.5.6.3	Da resolução do contrato por desistência ou inadimplemento do consorciado	502
2.5.7	Contratos de previdência complementar privada	504
2.5.7.1	Características dos contratos de previdência complementar privada	508
2.5.7.2	Dever de informar nos contratos de previdência complementar privada	511
2.5.7.3	Prazo prescricional para exercício da pretensão de correção ou atualização de valores	513
2.5.8	Contratos de transporte	514
2.5.8.1	Características do contrato de transporte como contrato de consumo	516
2.5.8.2	Responsabilidade do transportador	517
2.5.8.3	Contratos de transporte aéreo e terrestre	519

2.5.9	Contratos de serviços turísticos.....	522
2.5.10	Contratos de hospedagem	527
2.5.10.1	Disciplina legal do contrato de hospedagem.....	528
2.5.10.2	Cobrança de dívida e penhor legal de bagagens.....	533
2.5.11	Contratos de serviços educacionais	534
2.5.12	Contratos de serviços de telecomunicação	541
2.5.12.1	Proteção do consumidor de serviços de telecomunicação na fase pré-contratual	544
2.5.12.2	Proteção do consumidor dos serviços de telecomunicação na execução do contrato	545
2.5.13	Contratos celebrados pela internet	548
2.5.13.1	Fornecedores de serviços no ambiente virtual: os provedores de internet.....	551
2.5.13.2	Aspectos distintivos da contratação eletrônica de consumo .	552
2.5.13.3	O dever de informar nos contratos celebrados pela internet.	554
2.5.13.4	Dever de informar e formação do contrato eletrônico	556
2.5.13.5	Comércio eletrônico e defesa do consumidor nas hipóteses de descumprimento contratual	557
2.5.13.6	Provedores de intermediação e responsabilidade contratual	557
2.5.13.6.1	Provedores de intermediação e promoção de compras coletivas pela internet	559
2.5.13.6.2	Provedores de intermediação e consumo colaborativo: a economia do compartilhamento na internet	561
3.	RESPONSABILIDADE CIVIL DE CONSUMO	565
3.1	Noções introdutórias	566
3.1.1	Fundamento da responsabilidade civil na sociedade de consumo de massas: a proteção dos interesses legítimos dos consumidores	568
3.1.2	Tendência contemporânea da responsabilidade civil: abandono do critério da culpa	569
3.1.3	Novos critérios de imputação da responsabilidade: entre o risco e a vantagem econômica da atividade	571
3.2	Responsabilidade civil pelo fato do produto e do serviço	572
3.2.1	Definição.....	575
3.2.2	Crítério de identificação	576
3.2.3	Requisitos	579
3.2.3.1	Conduta	582
3.2.3.2	Defeito	584
3.2.3.2.1	Defeitos de projeto ou concepção.....	585
3.2.3.2.2	Defeitos de execução, produção ou fabricação	586
3.2.3.2.3	Defeitos de informação ou comercialização	589
3.2.3.3	Nexo de causalidade	590

3.2.3.4	Dano	594
3.2.3.4.1	Danos materiais e morais.....	595
3.2.3.4.2	Danos individuais, coletivos e difusos.....	599
3.2.4	Excludentes de responsabilidade.....	601
3.2.4.1	Não colocação do produto no mercado.....	602
3.2.4.2	Inexistência de defeito	604
3.2.4.3	Culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro	606
3.2.4.4	Caso fortuito e força maior como excludentes da responsabilidade civil de consumo	612
3.2.5	O risco do desenvolvimento	616
3.2.6	Solidariedade da cadeia de fornecimento.....	619
3.2.6.1	Direito de regresso	623
3.2.6.2	Responsabilidade subsidiária do comerciante.....	623
3.2.7	O artigo 931 do Código Civil e o CDC	624
3.2.8	Responsabilidade dos profissionais liberais por fato do serviço	626
3.2.9	Prazo prescricional	634
3.2.10	Responsabilidade do fornecedor pelo fato do produto e do serviço na internet	638
3.2.11	Responsabilidade dos provedores de internet por conteúdo gerado por terceiros na Lei 12.965/2014 (o denominado “Marco Civil da Internet”) ..	645
3.3	Responsabilidade por vício do produto ou do serviço	649
3.3.1	Definição.....	653
3.3.2	Requisitos	655
3.3.3	Solidariedade da cadeia de fornecimento.....	660
3.3.4	Eficácia da responsabilidade por vício do produto	663
3.3.4.1	Substituição do produto.....	663
3.3.4.2	Restituição imediata da quantia paga.....	664
3.3.4.3	Abatimento do preço.....	665
3.3.4.4	Vício de quantidade: complementação do peso ou medida ..	665
3.3.4.5	Perdas e danos.....	666
3.3.5	Eficácia da responsabilidade por vício do serviço	668
3.3.5.1	Reexecução do serviço	669
3.3.5.2	Restituição imediata da quantia paga.....	670
3.3.5.3	Abatimento do preço.....	670
3.3.5.4	Perdas e danos.....	671
3.3.6	Prazo para exercício do direito de reclamar por vícios	674
3.3.6.1	Espécies de prazos	676
3.3.6.2	Causas que obstam a fluência do prazo da garantia	677
3.3.7	Garantia legal e garantia contratual	678
3.4	Extensão da responsabilidade patrimonial do fornecedor	680
3.4.1	Funções da indenização no CDC.....	681

3.4.2	Desconsideração da personalidade jurídica	685
3.4.2.1	A desconsideração da personalidade jurídica no direito civil	686
3.4.2.2	A desconsideração da personalidade jurídica no CDC	687
3.4.2.2.1	Grupos societários e sociedades controladas.....	689
3.4.2.2.2	Sociedades consorciadas.....	690
3.4.2.2.3	Sociedades coligadas	691
3.4.2.2.4	A cláusula geral do artigo 28, § 5.º, do CDC.	691

PARTE III

DIREITO PROCESSUAL DO CONSUMIDOR

1.	TUTELA PROCESSUAL DO CONSUMIDOR	699
1.1	Noções introdutórias	701
1.2	Estágio atual do processo civil brasileiro e sua repercussão no direito do consumidor: O Código de Processo Civil de 2015.	702
1.3	Dimensão processual dos direitos básicos do consumidor	706
1.3.1	Acesso à justiça.....	707
1.3.1.1	Jurisdição internacional e foro do domicílio do consumidor	708
1.3.1.2	Cláusula de eleição de foro	710
1.3.2	Facilitação da defesa: distribuição e inversão do ônus da prova	710
1.3.3	Efetividade do processo	717
2.	DIMENSÃO COLETIVA DA TUTELA DO CONSUMIDOR.....	721
2.1	Tutela coletiva do consumidor	721
2.2	Nova classificação dos direitos subjetivos e sua tutela processual	723
2.2.1	Interesses ou direitos difusos.....	724
2.2.2	Interesses ou direitos coletivos	725
2.2.3	Interesses ou direitos individuais homogêneos	726
2.3	Tutela coletiva no CDC e na Lei da Ação Civil Pública	728
2.4	Legitimidade processual para defesa coletiva do consumidor	729
2.4.1	Ministério Público	734
2.4.1.1	Ministério Público e defesa dos interesses individuais homogêneos	736
2.4.1.2	Procedimentos extraprocessuais do Ministério Público	737
2.4.1.2.1	Inquérito civil.....	738
2.4.1.2.2	Audiências públicas.....	740
2.4.2	União, Estados, Municípios e Distrito Federal	740
2.4.3	Entidades ou Órgãos da Administração Pública	741
2.4.4	Associações de consumidores.....	744
2.4.4.1	Requisito da pré-constituição de um ano.....	746
2.4.4.2	Representatividade adequada.....	747
2.4.5	Compromisso de ajustamento	748

2.5	Ações coletivas para defesa de direitos individuais homogêneos.....	751
2.5.1	Competência.....	754
2.5.2	Eficácia da decisão em caso de procedência do pedido.....	755
2.5.3	Eficácia da decisão em caso de improcedência do pedido	757
2.5.4	Liquidação e execução da sentença	758
2.5.5	Prazo prescricional e ações coletivas	760
2.6	Coisa julgada nas ações coletivas.....	762
2.6.1	Coisa julgada nas ações coletivas para defesa de direitos ou interesses difusos	764
2.6.2	Coisa julgada nas ações coletivas para defesa de direitos ou interesses coletivos.....	765
2.6.3	Coisa julgada nas ações coletivas para defesa de direitos ou interesses individuais homogêneos.....	766
2.6.4	Coisa julgada <i>in utilibus</i>	767
2.6.5	Competência do juízo e efeitos da coisa julgada.....	768
2.6.6	Concomitância de ações coletivas	769
2.6.7	Custas processuais e honorários profissionais (advocatícios e periciais)	770
2.7	Dimensão coletiva e tutela individual do consumidor: julgamento de casos repetitivos	772
2.7.1	Incidente de resolução de demandas repetitivas.....	775
2.7.2	Recursos especial e extraordinário repetitivos.....	778
3.	EFETIVIDADE DA TUTELA DOS DIREITOS DOS CONSUMIDORES.....	781
3.1	Ação de cumprimento específico da obrigação	782
3.1.1	Disciplina específica do CDC e o Código de Processo Civil de 2015...	784
3.1.2	Tutela inibitória específica	787
3.2	Ação de responsabilidade civil do fornecedor.....	789
3.3	Incidente de desconsideração da personalidade jurídica	791
3.4	Produção antecipada da prova e exibição de documentos	792
3.5	Ações revisionais no direito do consumidor	795
3.6	Ação de exigir contas	796

PARTE IV

PROTEÇÃO ADMINISTRATIVA DO CONSUMIDOR

1.	A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E A DEFESA DO CONSUMIDOR.....	801
1.1	Agências reguladoras e defesa do consumidor.....	803
1.2	Exercício do poder de polícia e defesa do consumidor	805
1.3	Procedimento administrativo de <i>recall</i>	811
2.	O SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR	815
2.1	Composição	816
2.2	Competência.....	819
2.3	Competência concorrente dos órgãos do SNDC.....	822

3. REGULAÇÃO ADMINISTRATIVA DOS SERVIÇOS PÚBLICOS E O DIREITO DO CONSUMIDOR	831
3.1 A regulação administrativa dos serviços públicos.....	833
3.2 Marcos regulatórios e direito do consumidor	838
3.2.1 Marcos regulatórios gerais	841
3.2.2 Marcos regulatórios setoriais	844
4. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS: GÊNESE E APLICAÇÃO.....	847
4.1 Sanções objetivas	850
4.2 Sanções subjetivas.....	852
4.3 Sanções pecuniárias	854

PARTE V

DIREITO PENAL DO CONSUMIDOR

1. FUNÇÃO DO DIREITO PENAL NA REPRESSÃO AOS CRIMES CONTRA AS RELAÇÕES DE CONSUMO	863
2. TIPOLOGIA DOS CRIMES CONTRA AS RELAÇÕES DE CONSUMO: CDC E LEI 8.137/90.....	865
2.1 Os tipos penais na Lei 8.137/90.....	869
2.1.1 Favorecimento ou preferência, sem justa causa, de comprador ou freguês	870
2.1.2 Venda ou exposição à venda de mercadoria com embalagem ou especificações em desacordo com as prescrições legais	871
2.1.3 Mistura de gêneros e mercadorias de espécies diferentes, para venda ou exposição como puros ou de mais alto custo.....	872
2.1.4 Fraude a preços.....	873
2.1.5 Elevação indevida do valor cobrado nas vendas a prazo.....	874
2.1.6 Sonegação de insumos ou bens para fins de sonegação	874
2.1.7 Indução do consumidor ou usuário a erro.....	875
2.1.8 Destruição, inutilização ou dano de matéria-prima ou mercadoria para provocar alta de preço.....	877
2.1.9 Venda, depósito ou exposição para venda de mercadoria ou matéria-prima impróprias para o consumo	877
2.2 Competência para processar e julgar os crimes contra as relações de consumo	881
3. TIPOS PENAIS NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	883
3.1 Omissão de dizeres ou sinais ostensivos e de alerta sobre a nocividade ou periculosidade do produto.....	883
3.2 Omissão de comunicação e de retirada do produto nocivo ou perigoso do mercado	885
3.3 Execução de serviço de alto grau de periculosidade sem autorização	887
3.4 Afirmação falsa ou enganosa, ou omissão de informação relativa a produto ou serviço.....	888

3.5	Promoção de publicidade enganosa ou abusiva.....	890
3.6	Promoção de publicidade prejudicial ou perigosa	892
3.7	Omissão na organização de dados relativos à publicidade.....	894
3.8	Emprego de componentes usados sem autorização do consumidor.....	895
3.9	Cobrança abusiva de dívidas.....	896
3.10	Impedimento ou obstáculo de acesso a informações	897
3.11	Omissão na correção de dados.....	898
3.12	Omissão na entrega de termo de garantia	899
4.	CIRCUNSTÂNCIAS AGRAVANTES E ATENUANTES	901
5.	OUTRAS PENALIDADES E PENAS RESTRITIVAS DE DIREITOS.....	903
6.	RESPONSABILIDADE DOS DIRIGENTES E OUTRAS PESSOAS QUE CONCORREM PARA O CRIME.....	907
7.	ASSISTÊNCIA E AÇÃO PENAL SUBSIDIÁRIA NOS CRIMES CONTRA AS RELA- ÇÕES DE CONSUMO	909
	BIBLIOGRAFIA	911
	OUTRAS OBRAS DO AUTOR	943